

ISO 11136 : 2014 追補 1:2020

Sensory analysis – Methodology – General guidance for conducting hedonic tests with consumers in a controlled area 官能検査－方法論－管理区域内における消費者との嗜好試験実施の一般手引

1. 規格の概要

管理区域内で、製品に対する消費者嗜好を測定するための一般手引きについて規定しており、一般的に用紙、キーボードまたはタッチスクリーンを用いて質問に対する評価者の回答を集めることを基本としたテストに用いられるが、行動的性質のテスト（例えば消費した量を評価者が自由裁量で記録する等）には適さない。

2. 発行状況等

年 月	検 討 状 況
2014 年 12 月	初版発行。
2017 年 3 月	改訂（追補）承認。
2020 年 1 月	追補 1 発行。

注：改訂版及び／又は追補の発行までの段階

(1) 新業務項目提案 (NP) ※→ (2) 作業原案 (WD) ※→ (3) 委員会原案 (CD) ※
→ (4) 国際規格案 (DIS) → (5) 最終国際規格案 (FDIS) ※→ 発行

※(1)、(2)、(3)及び(5)は省略可。

3. 規格の構成（仮訳）

まえがき

- 1 適用範囲
- 2 引用規格
- 3 用語及び定義
- 4 事前の考察
 - 4.1 調査提案書
 - 4.2 対象母集団の指定
 - 4.3 詳細な指定
- 5 消費者サンプル
 - 5.1 一般

- 5.2 消費者の募集
- 5.3 消費者サンプルの集団
- 5.4 サンプルの分類
- 6 消費者サンプルのサイズ
 - 6.1 測定法の決定
 - 6.2 サンプルサイズの設定
 - 6.3 サブグループの利用
 - 6.4 製品サンプル数及び実験計画
 - 6.5 募集の安全域
- 7 試験領域
- 8 製品
 - 8.1 製品の匿名化
 - 8.2 製品の準備及び提示
- 9 手順
 - 9.1 ヘドニック試験の2つのグループ
 - 9.2 格付け試験
 - 9.3 2点試験法 (ISO 5495 参照)
 - 9.4 順位法 (ISO 8587 参照)
 - 9.5 追加の質問
 - 9.6 評価者への指示
- 10 試験セッションの構成
 - 10.1 一般
 - 10.2 計画
 - 10.3 単一セッションでの評価対象の製品数
 - 10.4 セッション内で評価された製品の性質
 - 10.5 セッション時間
 - 10.6 試験における製品の繰り返し
 - 10.7 事前試験
- 11 結果の分析
 - 11.1 一般
 - 11.2 推定分析
 - 11.3 格付け (9.2 参照)
- 12 調査報告
 - 12.1 一般
 - 12.2 製品

12.3 試験手順

12.4 消費者

12.5 結果

12.6 報告のための附属書

附属書 A (参考) 募集アンケートの例

附属書 B (参考) 分類サブグループのデータの評価方法

附属書 C (参考) 評価者に製品を割り当てるための計画

附属書 D (参考) 1つの平均値の精度におけるサンプルサイズの影響

附属書 E (参考) 格付け試験のための最小のサンプルサイズ

附属書 F (参考) 順位試験のための最小のサンプルサイズ

附属書 G (参考) 格付けのためのデータ分析例

附属書 H (参考) 順位のためのデータ分析例

参考文献